

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2000-96

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Heiskanen, Anna			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Viestinnän järjestelyt kolmannella sektorilla -Monitapaustutkimus viidessä suomalaisessa kansalaisjärjestössä			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2000-01-05	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 74
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkimuksessa perehdyttiin kolmannen sektorin kansalaisjärjestöjen viestintään. Tutkimus on alueen peruskartoitusta, sillä kolmannen sektorin viestintää ei ole aiemmin tutkittu. Tutkimuskohteena oli viisi suomalaista kansalaisjärjestöä, joista kolme oli kristillisiä ja kaksi luonnonsuojelu- ja ympäristöasioita ajavia järjestöjä. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää minkälaisia erityisiä viestinnällisiä valmiuksia kolmannella sektorilla kaivataan, ja minkälaista osaamista siellä jo on. Sen lisäksi vertailtiin keskenään mm. eri ikäisiä ja kokoisia kansalaisjärjestöjä ja niiden viestintää. Kansalaisjärjestön ikää, kokoa ja maantieteellistä hajaantuneisuutta käytettiin sovitemuuttujina, joiden mukaan rakennettiin tutkimuksen sovitmalli. Sovitemallia käytettiin tutkimuskohteiden valintaan sekä tulosten selittämiseen. Tutkimuksen tarkoituksena oli myös selvittää mikä merkitys kansalaisjärjestön ajamalla asialla, missiolla on kansalaisjärjestön viestinnälle.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä oli kokonaisvaltainen monitapaustutkimus, ja tutkimusaineisto kerättiin pääasiassa teemahaastattelujen avulla. Sen lisäksi käytettiin kansalaisjärjestöjen itse tuottamaa materiaalia, kuten kirjoja ja WWW-sivuja.</p> <p>Tärkeimmäksi kansalaisjärjestöjen viestinnässä näytti nousevan järjestön jäsenien ja vapaaehtoisten työntekijöiden motivoiminen toimintaan sekä heidän sitouttamisensa siihen. Koska kansalaisjärjestöt käyttävät vapaaehtoisuuteen perustuvaa työvoimaa, on viestinnällä tärkeä tehtävä tuon työvoiman motivoimisessa. Parhaaksi motivaattoriksi kohosi kansalaisjärjestön ajama asia eli sen missio. Mission katsotaan puhuvan puolestaan, ja ihmiset sitoutuvat toimintaan vain, jos kokevat sen legitiimiksi. Missio on myös se, mikä kansalaisjärjestöstä näkyy ulospäin. Julkisuus nähdään tärkeänä välineenä kansalaisjärjestön ajaman asian tunnetuuskemistössä.</p> <p>Kansalaisjärjestön ikä ja kehitysvaihe vaikuttivat viestinnän järjestelyihin. Vanhoilla, jo institutionalisoituneilla kansalaisjärjestöillä viestintä oli yleensä löytänyt vakaat uomansa, vaikkakin niistä yritettiin myös aktiivisesti eroon. Nuorilla ja varsinkin pienillä järjestöillä puolestaan viestintä oli vielä spontaanimpaa. Toisaalta pienissä järjestöissä viestinnän tarkempi suunnittelu koettiin usein myös tarpeettomaksi. Kansalaisjärjestöjen viestintään vaikutti myös maantieteellinen hajanaisuus. Järjestön toiminnan leviäminen useammalle paikkakunnalle vaikeuttaa informaation kulkua. Monella paikkakunnalla toimivat järjestöt ovatkin tällaisessa tilanteessa perustaneet jokaiselle paikkakunnalle itsenäiset osastot, jotka vastaavat itse viestinnästään.</p> <p>Tutkimuksen lähtöasetelma perustui Jeremy Rifkinin teokseen Työn loppu (1997) sekä Leif Åbergin teoksiin Viestintä - tuloksen tekijä (1989) ja Viestinnän strategiat (1997). Tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä käytettiin yleisestä kontingenssiteoriasta johdettua viestinnän sovitmallia sekä Greinerin teoriaa organisaatioiden etabloitumisesta. Grunigin tilanneteoriaa sovellettiin selittämään kansalaisjärjestöjen syntyä.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords viestintä - kolmas sektori kansalaisjärjestöt - viestintä			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			